

Державний вищий навчальний заклад
«Донецький національний технічний університет»
Кафедра управління і фінансово-економічної безпеки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Перший проректор

_____ Леонід Бачурін

« _____ » _____ 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОНД 2.10 «МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»

(шифр і назва навчальної дисципліни)

Рівень освіти: перший (бакалаврський)

Спеціальність(ості) _____ 075 Маркетинг _____

(шифр і назва спеціальності(тей))

Освітня програма _____ «Маркетинг» _____

(назва освітньої програми)

Мова навчання: українська

Робоча програма навчальної дисципліни Маркетингова політика розподілу

(повна назва дисципліни)

для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг

« ____ » _____ 2022 року. – 6 с.

Розробники: О.В. Мізіна, к.е.н., доцент, доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри управління і фінансово-економічної безпеки

(назва кафедри)

Протокол № 1 від. “ 31 ” серпня 2022 р.

Завідувачка кафедрою управління і фінансово-економічної безпеки

“ ____ ” _____ 20__ р. _____ (Попова О.Ю.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено науково-методичною комісією 07 Управління та адміністрування

(шифр, назва)

Протокол № ____ від. “ ____ ” _____ 20__ р.

“ ____ ” _____ 20__ р. Голова _____ (Ляшок Я.О.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

1. Загальна інформація

Форма навчання	Денна	Заочна
Статус	Обов'язкова	
Обсяг в кредитах ЄКТС	6	
Обсяг в годинах за навчальним планом, разом: в тому числі:	180	
лекції:	48 години	8 годин
практичні заняття:	32 години	4 години
лабораторні заняття:	-	-
семінари:	-	-
самостійна робота:	100 годин	168 годин
Форма підсумкового контролю	Екзамен	
Дисципліну викладають	Викладач: Мізіна Олена Вікторівна https://donntu.edu.ua/fem/ufeb olena.mizina@donntu.edu.ua	

Передумови для вивчення дисципліни:

перелік дисциплін, які мають бути вивчені раніше: економічна теорія, логістика.

перелік раніше здобутих результатів навчання: формування у студентів комплексного розуміння ключових аспектів економіки; навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань; здатність грамотно спілкуватись в усній та письмовій формі державною мовою

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу» є формування системи науково-теоретичних і практичних знань про методи дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форми і методи роботи посередників у каналах, методологічні та методичні питання вибору й ведення політики розподілення в умовах конкуренції.

Компетентності:

загальні – здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу; здатність проведення досліджень на відповідному рівні; здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; здатність діяти соціально відповідально та свідомо;

фахові – здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу; здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі; здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності; здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків; здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Програмні результати навчання: демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта; виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

3. Очікувані результати навчання

Очікувані результати навчання полягають у тому, що в процесі викладання дисципліни у студентів формується та розширюється світогляд в області основних понять та категорій маркетингової політики розподілення; функцій та принципів каналів розподілу; процесу побудови каналу розподілу; особливостей каналів розподілу товарів виробничо-технічного призначення; методів прямого маркетингу; принципів організації служби збуту підприємства; основних видів посередників; понять та функцій маркетингової логістики; відбувається розвиток у здобувача навичок застосовувати набуті теоретичні знання при вирішенні практичних питань

4. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- екзамен;
- стандартизовані тести;
- розрахункові роботи;
- доповіді на практичних заняттях;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті як перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи, так і оцінювання виконання відповідних робіт. Форма проведення поточного контролю під час навчальних занять і система оцінювання рівня знань студентів визначаються відповідно до розподілу балів за темами навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль проводиться як семестровий при проведенні іспиту з навчальної дисципліни.

5. Критерії оцінювання результатів навчання

Роботи, що виконуються під час семестру (практичні та індивідуальна реферативна робота) відповідно до прийнятої в ДонНТУ схеми оцінювання дають можливість отримати до 40 балів із 100 можливих. Максимальний бал, визначений схемою оцінювання, наведеною нижче, можливо отримати за умови своєчасного та правильного виконання завдань. За наявності помилок або при несвоєчасному виконанні оцінка знижується до 60% від максимальної.

Письмовий екзамен оцінюється максимум у 60 балів.

Схема оцінювання:

- денна форма навчання

Пр.1	Пр.2	Пр.3	Пр.4	Пр.5	Пр.6	Пр.7	Пр.8	Пр.9	Інд. завд.	Поточний контроль	Іспит	Максимальний бал
3,2	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	8	40	60	100
1,92	2,16	2,16	2,16	2,16	2,16	2,16	2,16	2,16	4,8	24		

Примітки: 1) Пр.1, Пр.2 і т.д. практичні роботи;

2) У чисельнику максимальний бал – при своєчасному та правильному виконанні, у знаменнику – мінімальний (при правильному, але несвоєчасному виконанні)

- заочна форма навчання

Пр.1	Пр.2	Пр.3	Пр.4	Пр.5	Пр.6	Пр.7	Пр.8	Пр.9	Інд. завд.	Поточний контроль	Іспит	Максимальний бал
			12			12			16	40	60	100
			7,2			7,2			9,6	24		

Результати підсумкового контролю оцінюються за 100-бальною шкалою та чотирибальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

Відповідність між шкалами встановлюється наступним чином:

Оцінка	
За 100-бальною шкалою	Для екзамену
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

6. Програма навчальної дисципліни

6.1. Основні теми дисципліни

- Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу
- Тема 2. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу
- Тема 3. Управління діяльністю в процесі товарного руху
- Тема 4. Розподіл на промисловому підприємстві
- Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу
- Тема 6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу
- Тема 7. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу
- Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.
- Тема 9. Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів

6.2. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
1	Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу	2	
2	Тема 2. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	2	
3	Тема 3. Управління діяльністю в процесі товарного руху	2	
4	Тема 4. Розподіл на промисловому підприємстві	2	2
5	Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу	3	
6	Тема 6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу	3	
7	Тема 7. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	3	2
8	Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.	3	
9	Тема 9. Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів	3	
10	Виконання ІНДЗ	9	
Усього годин		32	4

6.3. Теми лабораторних занять

Лабораторні заняття не передбачені навчальним планом.

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
1	Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу	10	18
2	Тема 2. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	10	18
3	Тема 3. Управління діяльністю в процесі товарного руху	10	18
4	Тема 4. Розподіл на промисловому підприємстві	10	18
5	Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу	10	18
6	Тема 6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу	10	18
7	Тема 7. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	10	18
8	Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.	10	18
9	Тема 9. Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів	11	15
10	Виконання ІНДЗ	9	9
Усього годин		100	168

6.5. Індивідуальні та/або групові завдання

Основна мета виконання студентами індивідуальних робіт – закріпити знання, отримані ними під час лекційних і практичних занять, поглиблено дослідити окремі тематичні питання навчальної дисципліни.

До індивідуальних завдань відносяться: виконання розрахункових робіт (передбачено навчальним планом), підготовка тез до виступу на конференціях, участь в конкурсах наукових робіт тощо.

Індивідуальне розрахункове завдання виконується за темою «Визначення площі складського приміщення» (за вихідними даними підприємства, що надаються викладачем відповідно до варіанту роботи).

7. Література

7.1. Основна

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. – К. : Знання, 2011. – 495 с..
2. С.Б. Розумей, Н.П. Скригун, О.Ф. Крайнюченко. Маркетингова політика розподілу: Конспект лекцій для студ. спеціальності 7.03050701, 8.03050701 “Маркетинг” всіх форм навч. – К.: НУХТ, 2012. – 76 с..
3. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник К.: Видавництво Ліра-К, 2018. – 468 с.

7.2. Допоміжна

1. Маркетингова політика розподілу: Навч.посібник / Є.В.Крикавський, Н.С.Косар, А.Чубала. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. - 232 с..
2. Окландер М.А. Логістика. К.: Центр навчальної літератури, 2018. - 346 с..
3. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. - 462 с..
4. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник для самост. вивчення. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2020. - 84 с..

7.3. Методична

1. Методичні рекомендації до виконання завдань практичних занять з навчальної дисципліни (плануються до видання)
2. Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи студентів з дисципліни (плануються до видання)

8. Інформаційні ресурси

www.president.gov.ua – офіційний сайт Президента України
www.rada.gov.ua – офіційний сайт Верховної Ради України
www.kmu.gov.ua – Урядовий портал (Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України)
www.minfin.gov.ua – офіційний сайт Міністерства фінансів України
www.elalog.org/ - ELA. Європейська Логістична Асоціація;
<http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/> - «Маркетинг в Україні» / Науковий журнал / Українська Асоціація Маркетингу
[https://armgpublishing.com/journals/mmi/](http://armgpublishing.com/journals/mmi/) - «Маркетинг і менеджмент інновацій» / Науковий журнал
www.me.gov.ua . - Міністерство економіки України
www.nbuv.gov.ua - Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського
www.economy.nayka.com.ua - Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»